

사회적 책임 경영을 위한 공공기관의 역할 연구*

Public Sector Roles and Sustainability in Strengthening Corporate Social Responsibility

배 정 환 (한서대학교 행정학과)

Abstract

Bea Jeong-Hwan

Sustainability management and Corporate social responsibility are accepted as appropriateness and inevitable issue. But, the Korea's Sustainability management and Social responsibility is mainly led by large enterprises.

Now a days, Sustainability management and Corporate social responsibility are not a problem of declaratory slogan any more in all organizational management and supervision including not only the private business sector but also public sectors. So This Study aim is finding a way to Strengthening Social Responsibility in Public Sector, specially Public Enterprises.

As a result of study, Public Enterprises SR should be strengthened, and the head of each organization should judge the merits and deficiencies of each organization, which after SR examination and evaluation, the following; establishment of strategy, designing of organization.

Second, for Public Sector, specially Public Enterprises, the government's role should be strengthened, and a SR model should be made.

Third, SR report, annual report, Sustainability management report, and report of management evaluation result are evaluated by expert group or government.

주제어: 사회적 책임, 공공기관, 공기업, 지속가능한 경영, 기업의 사회적 책임, 공공기관의 역할

Keywords: Social Responsibility(SR), Public Sector, Public Enterprises, Sustainability Management, CSR, Corporate Social Responsibility, Public Sector Roles

* 본 논문은 2011년 10월 한국비교정부학회 학술대회에서 발표한 논문을 수정 보완한 것임.

I. 서론

국제적으로 UN Global compact 확산, ISO 26000 제정 등으로 지속가능한 발전, 지속가능한 경영과 기업의 사회적 책임(Corporate Social Responsibility)은 민간기업뿐만 아니라 공공기관까지 모든 조직경영과 관리에서 더 이상 선언적 구호의 문제가 아니라 당위와 필연의 문제로 받아들여지고 있다고 할 수 있다. 또한 최근의 상생과 협력의 화두가 부각되면서 이러한 문제는 더욱 관심을 받을 것으로 예상되고 있다.

그러나 우리나라에서는 이러한 사회적 책임과 지속가능한 경영이라는 차원에서는 기업의 문제로 인식되는 경향이 있었고 공공영역에서는 이러한 개념의 확산이 미흡한 상태라고 할 수 있을 것이다. 특히, 공공기관의 설립 목적이 민간기업보다 더 높은 공공성을 가지고 있다는 점에서 국가경제와 사회에 기여하여야 하는 사회적 책임 또는 더 막중하다고 할 수 있기 때문에 이러한 사회적 책임과 관련된 공공기관의 책임성 실현은 매우 중요하다고 할 수 있을 것이다.

우리나라는 각 부처별로 다양한 형태의 공공기관을 두고 있으며, 지방자치단체에서도 이와 유사한 형태의 공공기관들이 존재하고 있다. 공공기관은 개인의 이익이 아니라 공적인 이익을 목적으로 하는 기관으로 공공기관을 다음과 같이 정의할 수 있다. 공공기관이란 국가 또는 지방자치단체의 공무를 수행하는 이른바 관공서는 물론 공기업·준정부기관(→준정부조직)까지 포함하는 개념이다. 그러나 좁은 의미로서의 공공기관이라 하면, 정부의 투자·출자 또는 정부의 재정지원 등으로 설립·운영되는 기관으로서 '공공기관의 운영에 관한 법률'[제4조1항 각호]의 요건에 해당하여 기획재정부 장관이 지정한 기관을 가리킨다. 공공기관의 운영에 관한 법률 제4조1항을 요약하면 ① 다른 법률에 따라 직접 설립되고 정부가 출연한 기관, ② 정부지원액이 총수입액의 2분의 1을 초과하는 기관, ③ 정부가 100분의 50 이상의 지분을 가지고 있거나 100분의 30 이상의 지분을 가지고 임원 임명권한 행사 등을 통하여 당해 기관의 정책결정에 사실상 지배력을 확보하고 있는 기관 등이다(하동석, 2010).

이들 공공기관은 우리나라의 경제발전과정에서 큰 역할을 담당하였고 자체적으로 고유한 기능을 수행하고 있다고 할 수 있다. 또한 국가 전체 차원에서 공적인 인프라의 형성은 물론 경제적 파급효과 또한 막대하다. 따라서 이러한 공공기관들은 지속적인 혁신 및 선진화 등의 요구를 받아왔고 이러한 요구를 수용하면서 많은 변화를 겪어왔다고 할 수 있다.

하지만 이러한 변화에 대한 수용성에도 불구하고 우리를 둘러싼 사회환경은 지속적으로 변화하고 있으며 사회적 책임성이 강조되고 있는 공정한 사회속에서는 국민 경제에 큰 영향을 미치고 있는 공공기관들의 사회적 책임에 대한 의무가 강화될 수 밖에 없는 상황이라고 할 수 있다. 이러한 사회적 책임은 조직의 특성상 독점적 지위를 부여받

거나 국가로부터 사업을 위임받았기 때문에 공익적 차원의 책임은 공공기관에서 더욱 강조될 수 밖에 없을 것이다.

이러한 차원에서 본 연구에서는 우리나라 공공기관의 사회적 책임에 대한 이론적 고찰과 현재의 상황에 대하여 검토하여 향후 지속적인 공공기관의 사회적 책임에 대한 발전방향에 대하여 논의하고자 한다. 또한 연구의 목적 달성의 용이성을 위하여 공공기관의 성격을 기업적 성격을 갖는 공기업으로 한정하고자 한다. 또한 공공기관의 사회적 책임에 대한 제언을 하기 위해 기업의 사회적 책임과의 비교는 물론 기업의 사회적 책임에 대한 현황을 살펴봄으로써 공공기관의 책임성 강화를 위한 시사점을 찾고자 한다. 이러한 연구 대상의 제한은 순수 공익적 성격을 갖는 공공기관의 경우 현재 사회적 책임을 다하고 있는 상황에서 무리하게 기업적 성격을 강조할 수 있는 오류를 최소화하기 위해서이다.

II. 공공부문의 사회적 책임성

1. 사회적 책임성의 의미

1) 사회적 책임의 의미

사회적 책임은 기관의 투명하고 윤리적인 행위를 통한 의사결정과 활동이 사회와 환경에 대해서 미치는 영향에 대한 기관의 책임으로써, 이것은 사회의 건강과 복지를 포함한 지속가능한 발전에 기여하며, 이해관계자의 기대감을 고려하며, 법이나 국제규범과 조응하고 기관을 통하여 통합되고, 이들 간의 관계 속에서 실행되는 것을 의미한다(ISO, 2010:3).

이러한 차원에서 사회적 책임성의 의미를 살펴보면 첫째, 조직의 활동이 타인과 자연 환경에 미치는 영향에 대한 관심을 의미하며, 둘째, 자신이 통제하는 행동에 책임을 지는 조직의 자발성이 필요하고, 셋째, 본질적으로 옳고 그름을 받아들이도록 요구하는 윤리적 개념이며, 넷째, 실천하여야 할 올바른 일과 특정한 일을 하지 않은 경정이며, 다섯째, 조직 성과와 영향과 관련된 측면에서 측정과 보고를 중시하며, 여섯째, 사회적 책임을 구성하는 행동은 조직의 정기적, 지속적 활동에 통합되어 있음을 의미한다고 할 수 있다.

사회적 책임성에 대한 논의는 1970년대 초반부터 사용이 확대되기 시작하였는데, 이러한 논의는 그 이전부터 있어왔다. 사회적 책임성에 대한 논의는 주로 사기업에 주로 적용되기 시작하였는데 사회적 책임(SR, Social Responsibility)보다는 기업의 사회적 책임(CSR, Corporate Social Responsibility)이라는 단어가 주로 사용되었다고 할 수 있다.

기업의 사회적 책임은 개념 정의에 있어 아직은 유동적인 측면이 있으며 용어 또한 기업윤리경영 및 지속가능경영과 혼용되어 사용되고 있다. 그러나 이러한 각각의 개념 규정은 다를 수 있지만 경제·사회·환경의 통합적 접근 자세는 동일하다고 할 수 있다.

즉, 경제적 이윤추구 외에도 환경·사회적 책임 이행과 경영을 포함하는 종합적인 접근이라고 할 수 있다.

역사적으로 보면, 지속가능한 발전을 위한 기업의 노력은 재무경영→환경경영→윤리경영→지속가능한 경영으로 발전해 왔으며 특히, 2000년대 세계적으로 환경경영에서 한 발 더 나아간 지속가능경영의 흐름과 사회적 책임 경영이라는 흐름이 형성되고 있다고 할 수 있다.

사회적 책임은 일반적으로 3단계로 구분이 가능하다고 할 수 있다. 1단계는 법률 및 윤리준수 책임으로, 기업활동을 함에 있어서 법과 규범을 준수하고, 사회적 통념을 수용해야 하며, 경영자와 종업원의 도덕성이 중요한 요건이 된다. 2단계는 경제적 책임으로, 이윤창출과 주주 등 이해관계자를 존중하고 기업을 존속시킬 책임을 말한다. 1단계 법적 책임과 2단계 경제적 책임은 기업의 당연한 본연의 의무라고 할 수 있다. 그러나 3단계인 사회공헌 책임은 경영활동과 직접적 관련이 없는 문화활동, 기부 및 자원봉사 등이 해당되는데, 장기적 투자의 관점에서 기업자원을 활용하여 인류애를 실현하기 위한 책임이라고 할 수 있다(최숙희, 2004).

<표 1> 사회적 책임의 단계

3단계	사회공헌책임	<ul style="list-style-type: none"> • 기업자원 활용 • 장기적 투자의 관점 • 인류애의 실현
2단계	경제적 책임	<ul style="list-style-type: none"> • 이윤창출 • 이해관계자 존중 • 기업 존속
1단계	법률 및 윤리준수책임	<ul style="list-style-type: none"> • 법과 규범 준수 • 경영자, 종업원의 도덕성 • 사회통념 수용

자료 : 최숙희(2004). 원원전략으로서의 사회공헌활동 현황과 시사점. 삼성경제연구소 이슈페이퍼.

2) 사회적 책임과 지속가능경영

지속가능경영은 현대 기업, 정부, 국제기구가 현재 일반화하여 사용하고 있는 용어라고 할 수 있다. 기업의 사회적 책임이라는 용어는 1990년대 2000년대 이후 부각되었으며, 기업 및 경영학의 연구 주제로 논의가 시작된 것은 1950년대로 거슬러 올라간다 (Carroll, 2010).

지속가능경영이나 사회적 책임활동에 대한 정의가 계속해서 변화하거나 새로운 용어가 만들어짐으로써 개념을 정의하거나 일치시키는데 혼란을 야기하기도 하는데 지속가능경영의 개념적 용어도 다양하게 사용되고 있다.

<표 2> 지속가능경영 개념의 용어 다양성

용 어	기업 책임(corporate responsibility, business responsibility) 기업 시민(corporate citizenship, global business citizenship) 기업의 공동체 참여(corporate community engagement) 공동체 관계(community relations) 기업 청지기 정신(corporate stewardship) 사회적 책임(social responsibility) 전략적 자선(strategic philanthropy)
-----	---

자료 : Werther & Chandler(2009) 참조.

윤리경영의 관점에서는 기업은 경영활동을 하는데 있어 기업윤리를 최우선의 가치로 생각하며, 모든 업무활동의 기준을 윤리규범에 맞추어 투명하고 공정하며 합리적으로 업무를 수행하는 것이라고 규정(부패방지위원회, 2004)하여 국가기관의 정책적 방향이나 의도에 따라서 다른 용어를 사용하는 경향을 보이기도 한다. 기업이 경영에 영향이 미치는 경제적, 환경적, 사회적 이슈를 종합적으로 균형있게 고려하면서 기업의 지속가능성을 경영활동으로 지속가능경영을 정의하기 시작하였는데 기업이 지속가능한 기업으로 성장하는 것을 목표로 경영전략으로서 기업은 지속가능경영을 통해 장기적으로 계속기업이 되기 위하여 사회 및 환경적 책임을 전략적으로 활용하여 경쟁우위를 창출하고 경제적 책임을 이해하는 것으로 정의할 수 있다(산업연구원, 2005).

각각의 개념적 정의는 다음과 같이 구분될 수 있으며 본 연구에서는 지속가능경영과 사회적 책임활동의 시각을 매우 유사한 개념으로 중복되어 사용하기로 한다.

<표 3> 지속가능경영 개념 비교

	투명경영	윤리경영	지속가능경영	사회적 책임
발전단계	채무상태 등 기업 정보를 투명하게 공개	법규준수 및 종업원의 윤리적 의사결정과 판단기준	환경을 보전하기 위한 지속가능한 발전개념에서 출발	기업이 갖는 책임으로서 사회적 측면에서 발전
정의	기업 지배구조를 개선하고 기업경영과정과 기업의 정보를 이해관계자에게 투명하게 공개하는 경영방식	투명경영과 기업의 사회적 책임개념까지 일부 도입하였으나 의사결정을 위한 준거기능이 더 강함	지속가능한 발전개념에 기업의 경영방식을 접목시켜 기업의 지속가능성을 향상시키기 위한 개념으로 발전 지속가능한 경영과 CSR은 경제적 건전성, 환경적 건전성, 사회적 책임성이 균형적으로 접근하는 개념으로 발전. 두 개념은 광의적으로 유사하게 사용. 지속가능경영은 기업의 목표이고 지속가능한 CSR은 지속가능성을 향상한 과정임	경제적 측면이외의 사회적, 환경적 측면까지 확대하여 수용함

자료 : 산업연구원(2005).

2. 사회적 책임 논의 접근 방식

1) 미국식 주주자본주의

사회적 책임성에 대한 논쟁이 가장 활발한 나라는 미국이라고 할 수 있을 것이다. 미국은 기업의 자선활동의 오랜 전통을 가지고 있으며, 유럽 국가에 비해 규제가 적은 시장과 보건, 교육, 공동체 투자를 위한 국가의 역할이 상대적으로 미약하다고 할 수 있다.

미국 기업들의 지역사회를 위한 기부금액은 영국 기업의 10배가 넘는 것으로 알려지고 있다(Brammer and Pavelin, 2005). 이러한 자선과 공동체 참여를 강조하는 기업의 전통은 기업의 사회적 책임을 실행하는 행동양식에도 영향을 주었다고 평가할 수 있다.

미국에서 기업의 사회적 책임이라는 담론의 시작은 1950년대 하워드 보웬이 ‘기업가의 사회적 책임’이라는 저서를 발표이후 1960년대 후반 미국의 교회와 학생들이 인종차별주의 정책을 실행하는 남아공에 투자한 미국기업들을 비판하면서 사회적으로 책임 있

는 투자에 대한 관심이 커졌기 때문이다(Massic, 1997).

미국에서 기업의 사회적 책임이 관심을 끌기 시작하면서 사회적 가치를 추구하는 새로운 유형의 기업활동이 등장하였는데, 보잉사의 파이어니어 휴먼서비스(Pioneer Human Service), 약물중독자 재활 사업장 등 많은 사업모델들이 ‘사회적 책임 기업’으로 확대되어 운영되었다.

그러나 미국에서 기업의 사회적 책임을 실행하는 전략, 실천양식은 다른 나라와 다른 특징을 가지고 있다고 할 수 있다. 1980년대 신자유주의 경제개혁이 본격화된 이후 기업이 이윤극대화를 추구하는 것을 당연하게 간주하는 경향이 강해졌으며 이는 사회적 책임을 강조하는 제도적 틀이 제대로 발전하지 못하는 조건이 되었다. 정부는 부패방지를 위한 법률체계를 제외하고는 기업 영역에 법적 의무사항을 부여하지 않는 특징을 가지고 있으며 이는 기업의 사회적 책임의 접근에 있어 한계를 의미한다고 할 수 있다.

2) 유럽식 제도화 접근법

미국에 비해 유럽 국가들은 기업의 사회적 책임에 대한 규제장치에 대한 관심이 높다고 할 수 있다. 유럽에서는 정부, 노동조합, 시민사회의 적극적인 참여로 기업의 사회적 책임을 규제하는 제도와 규범이 급속도로 강화되었다(Albareda et al., 2008). 영국과 프랑스는 사회적 책임을 전담하는 부서를 설치하고 기업의 사회적 책임에 관한 기준을 이행하려고 노력했으며, 영국, 프랑스, 독일 등 유럽 국가들은 연금관련법을 개정하여 연금금이 주식시장에 투자할 때 사회적 투자 책임의 원칙을 공개하도록 요구하고 있다(고동수, 2005).

유럽 연합 차원에서도 사회적 책임을 강화하는 방안이 관심을 끌었는데 1995년 유럽연합 집행위원장 자크 들로르의 발의로 ‘사회적 배제에 반대하는 유럽기업 선언’을 통해 기업의 사회적 책임을 유도 하였으며 2001년 유럽연합 집행위원회는 유럽연합 소속 국가 차원의 기업의 사회적 책임 전략을 제시한 보고서를 발표했다. 이 보고서는 기업의 사회적 책임을 ‘기업들이 사회적, 환경적 관심사를 기업활동과 이해관계자들의 상호작용에 자율적으로 통합시키는 개념’이라고 정의했다(Commission on European communities, 2001).

이러한 사회적 책임에 대한 접근은 노동자, 주주, 투자자, 소비자, 정부, 비정부기구 등 다양한 이해관계자의 영향에 관심을 높이고 또한 기업의 자발적 참여가 기업의 이윤을 확대하는데 기여할 것이라는 차원에서 진행되었고 이를 지원하기 위한 정부의 역할이 필요하다는 점을 강조하고 있다.

즉, 유럽식 제도화 접근법은 이해관계자들의 참여를 강조하고 있으며 주주와 투자자 이외에도 노동자, 노동조합, 비정부기구, 소비자 등 사회의 다양한 구성원의 참여를 중요하게 간주하고 있다. 이는 유럽의 기업지배구조와 사회적 합의의 전통을 어느 정도 반

영한 것으로 볼 수 있을 것이다. 다른 한편, 기업의 사회적 책임의 자발성을 인정했다는 것은 주목할 만하다.

3) 한국의 사회적 책임에 대한 접근

1960년대 이후 급격한 경제성장을 경험한 한국은 대기업의 정부주도의 ‘선성장, 후분배’의 논리에 따라 기업에 대한 시민사회에 대한 영향력이 매우 미약했다고 할 수 있다.

후반 민주화 이후 정치적 민주화와 사회적 투명성이 증대되면서 과거의 부정비리가 비판을 받기 시작했으며 대기업의 불투명한 회계, 정치자금 수수비리, 억압적 노사관계, 환경오염과 파괴의 행위는 사회적인 이슈가 파괴의 이에 대응하여 한국의 기업들은 ‘기업윤리헌장’을 제정하여 기업윤리와 사회적 책임의 논의가 본격적으로 시작되었다고 할 수 있다(노광표·이명규, 2007).

한국에서의 사회적 책임에 대한 발전은 1997년의 외환위기의 기업구조조정과정의 투명성, 그리고 기업윤리가 기업의 생존과 경쟁력의 필수조건이라는 인식으로 한층 더 성숙해지는 과정을 겪었다고 할 수 있으며 이후 노무현 정부 시기에는 대기업의 정치비자금, 분식회계, 편법상속 논란 등으로 기업에 대한 부정적 여론의 대응으로 대부분의 기업들이 윤리경영을 강조하면서 기업의 사회적 책임으로 환경경영, 투명경영, 윤리경영이 강조되었다고 할 수 있다(이장원, 2006; 권순식·김영두, 2007).

이러한 사회적 책임에 대한 논의의 발전 가운데 특히 한국의 사회적 책임에 대한 논의는 사회공헌이라는 측면에서 가장 강하게 제기되었고 이에 대응한 한국의 기업들은 여성가장을 위한 희망가게 프로그램(아모레퍼시픽), 기부자들과 기부를 받는 사람을 직접 연결하는 온라인 기부사이트 도노스캠프(CJ나눔재단), 포털사이트의 특성과 온라인 커뮤니티의 장점을 결합한 기부 서비스인 해피빈(네이버) 등 기업들의 새로운 사회적 기부가 관심의 대상이 되었다.

하지만 이러한 한국 기업의 책임에 대한 대응에도 불구하고 시민사회에서의 비판도 적지 않다(고동수, 2005). 기업의 사회적 책임을 기업의 사회공헌으로 축소하고 있으며, 본질적 개선이 거의 이루어지지 않았다는 비판도 제기된다. 또한 대부분의 기업들은 비정규직 채용현황, 임원보수, 노동조건, 환경보호 등 기업 정보를 투자자에게 제공하는 법률적 규제를 만들려는 시도에 반대하고 있으며 이는 한국 기업의 사회적 책임을 위한 기준과 실천이 일부 재벌 중심의 경제와 이해관계자의 역할이 제한된 사회의 구조적 특성에 기인한다고 평가할 수 있다.

Ⅲ. 사회적 책임 실천 현황 및 평가

1. 기업의 사회적 책임 현황

국내 기업의 사회적 책임 및 공헌은 1984년 유한킴벌리 ‘우리강산 푸르게 푸르게’가 효시라고 할 수 있을 것이다. 이후 많은 기업들이 다양한 프로그램을 가지고 사회공헌사업을 수행하고 있으며 사업의 규모도 꾸준히 확대되고 있다고 할 수 있다.

하지만 국내 기업의 사회적 책임 이행 수준은 아직까지 초보적 단계라고 평가되고 있다. 정부차원으로는 2008년 ISO 사회책임 표준 가이드라인 제정에 대응한 규제 시스템을 구축하고자 하는 노력이 진행되고 있으며, 기업에서는 윤리강령의 채택 등 기업의 사회 책임에 대한 인식이 점차 개선되고 있는 추세로 국내 500대 기업의 70% 이상이 윤리 경영의 기본단계인 윤리강령을 채택하고 있는 것으로 나타나고 있다. 전국경제인연합회가 최근 2009년 매출액상위 200대 기업 중 회원사인 139곳을 대상으로 ‘사회적 책임 추진조직 운영현황’을 조사한 결과, 응답기업(88개) 가운데 95.0%가 윤리·준법·상생협력·환경 등 사회적 책임 업무를 추진하는 실무조직을 둔 것으로 조사되었다. 특히 이 가운데 70%는 CSR 관련 전담부서를 운영하고 있는 것으로 나타났다(전경련, 2009b).

<표 4> 윤리경영현장 채택 추이

(단위: %)

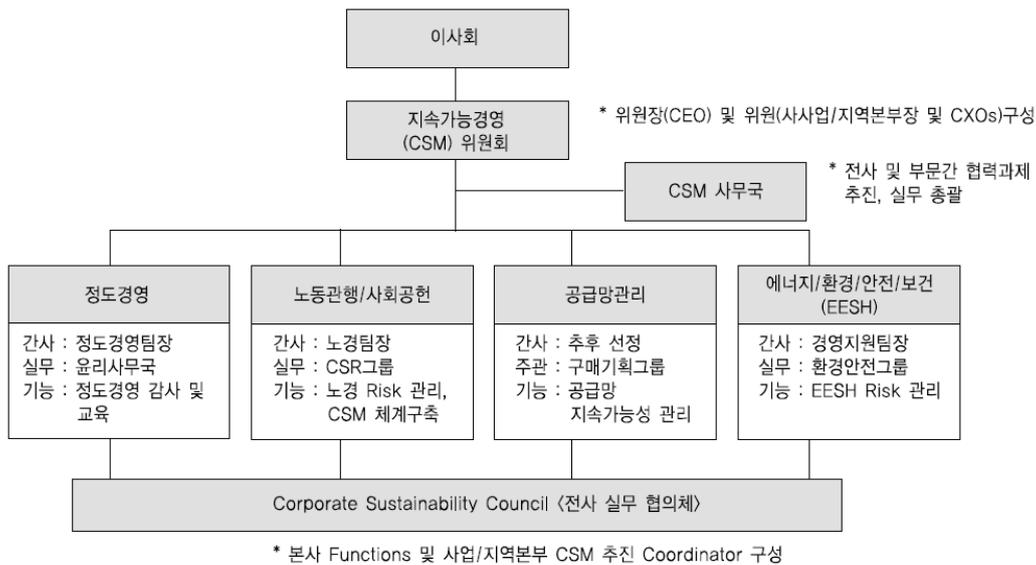
년도	현장채택 기업
2005	80.5
2006	84.1
2007	93.5
2008	95.0
2009	95.0

주 : 전경련 회원사 중 매출액 상위 139개 기업을 대상으로 설문한 결과이며 응답은 총 88개 기업의 응답결과임.

자료 : 전경련, 윤리경영현황 및 CSR 추진실태 조사결과(2009b).

<표 5> CSR 전담부서 설치 현황 추이 및 LG전자 지속가능위원회 설치 사례
(단위: %)

년도	설치 기업 비율
2005	31
2006	39.6
2007	57.2
2009	70

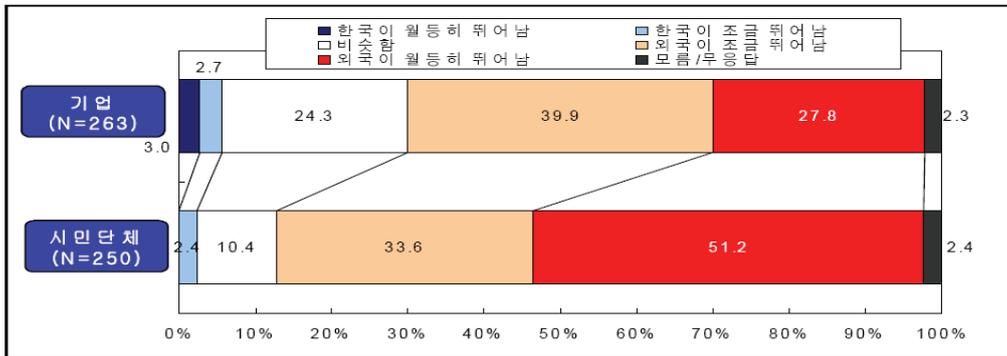


자료 : 전경련(2009).

한편, 우리나라 기업의 사회적 공헌도에 대한 투명사회협약실천협의회 설문조사 결과를 통해 살펴보면 아래 그림과 같다.

설문결과 시민단체의 평가를 살펴보면 한국이 뛰어나다는 평가는 2.4%에 불과했으며, 외국이 뛰어나다는 평가는 84.8%에 이르렀다. 기업의 경우도 외국이 뛰어나다는 평가가 67.7%로 압도적이었지만 한국이 뛰어나다는 5.7%에 불과했다.

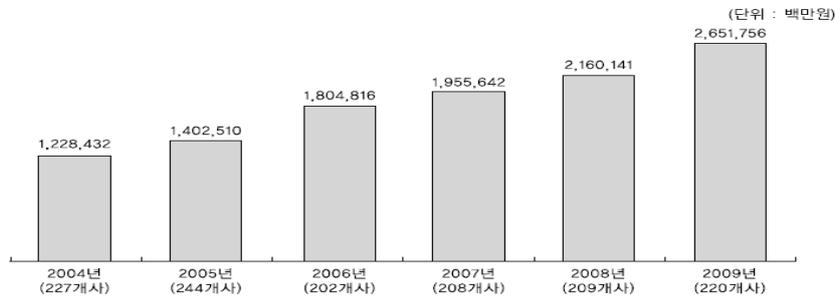
그러나 이러한 평가에도 불구하고 한국의 기업들의 사회공헌 및 사회적 책임성 향상을 위한 노력은 지속적으로 확대되는 경향을 보이고 있으며 이를 더욱더 적극화하기 위한 방안마련이 시급하다고 할 수 있을 것이다. 특히, 윤리경영 시스템 구축과 제도화가 미구축된 기업이 여전히 적지 않고 그 비율은 중소기업으로 내려갈수록 더욱 가파르게 증가하는 추세를 감안하면 아직도 우리 기업의 사회적 책임성 향상에는 노력이 더 필요한 시점이라고 할 수 있을 것이다.



자료 : 투명사회협약실천협의회(2007).

<그림 1> 한국과 외국(미국과 유럽) 기업의 사회공헌 활동 평가

또한 윤리경영 시스템이 구축되어 있는 기업이라 할지라도 전체 구성원의 의식과 업무운영 과정상의 실천전도에 있어서는 대체로 형식적인 측면이 다분하다는 평가도 적지 않다. 따라서 향후 윤리경영을 저해하는 제도개선과 사회관행 변화가 지속적으로 촉진되어야 할 것이다. 기업의 윤리인프라 구축을 위해서는 무엇보다 자체감사 역량 확보와 내부통제 강화를 위한 윤리인프라시스템 구축이 우선 정비되어야 할 것이다.



자료 : 전경련(2009a).

<그림 2> 한국기업의 사회공헌활동 총 지출액 규모 추이

2. 공공기관의 사회적 책임 현황과 평가

1) 고객만족도조사로 평가한 사회적 책임 이행 수준

공공기관 경영에 있어서 사회적 책임성을 강조하는 경향은 세계화적인 환경의 변화와 함께 국민경제에 미치는 영향이 큰 공공기관에게 더욱 강조되고 있다고 할 수 있다.

우리나라 공공기관의 사회적 책임 정도를 공공기관 고객의 관점에서 조사한 자료를 바탕으로 공공기관의 사회적 책임 정도를 파악하는 것은 조직의 내부적 책임 소재 및

국민에 대한 서비스의 공익성을 살펴볼 수 있을 것이다.

이러한 차원에서 우리나라 공공기관의 사회적 책임의 정도를 직간접적으로 파악할 수 있는 자료로는 공공기관 고객만족 조사결과일 것이다. 공공기관 고객만족도 조사는 서비스의 수혜자인 국민이 공공기관의 서비스 수준을 직접적으로 평가하기 위해 1999년부터 시행하고 있다. 2006년부터는 기존의 국가고객만족지수(NCSI) 조사(85%)에 사회적 책임성 지표(15%)를 추가하여 조사를 실시하고 있어 공공기관의 사회적 책임성에 대한 부분을 살펴볼 수 있다. 사회적 책임성 지표는 사회적 양극화가 심화되면서 공공기관 스스로 보다 적극적으로 사회적 역할을 수행하도록 하는 계기를 마련하기 위해 도입되었다.

<표 6> 사회적 책임성 지표의 항목구성

분야	조사내용	비고
경제적 역할	<ul style="list-style-type: none"> • 관련 산업발전 기여도 • 공사 본연의 역할 충실도 • 경제발전 노력도 	공기업별 관련사업 정의 법령상 위임규정 기여도 아닌 노력도
윤리경영	<ul style="list-style-type: none"> • 관련 법규 준수도 • 경제관련 사회적 문제 유발 정도 	공정거래법 등 준수 언론 노출 정도
사회적 공헌	<ul style="list-style-type: none"> • 사회적 약자보호 활동성 • 지역사회 밀착 활동의 적극성 • 사회 양극화 해소 활동성 	저소득층 지원, 사회복지 자원봉사, 자매결연 등 중소기업 지원, 사회형평적 인재채용 등
삶의 질	<ul style="list-style-type: none"> • 국민의 삶 향상 기여도 	국민의 삶의 질 개선을 위한 직간접적 활동 등

자료 : 기획재정부, 보도자료, 2006.12.21.

2006년 조사결과에 따르면, 조사대상 공공기관들의 사회적 책임 평가 부분에서 일반인 대상 공공기관의 경제적 역할은 100점 만점에 76.1점이었고, 윤리경영 68.3점, 사회적 공헌은 64.7점으로 나타났다. 2009년의 만족도 조사는 항목구성에서 2006년과는 차이가 있는데 2007년부터 PCSI모델¹⁾이 사용되었다.

2009년 공공기관 고객만족도 조사 대상은 크게 공기업과 준정부기관으로 구분된다. 먼저 공기업의 경우 전반적 만족이 91.6점, 요소만족이 92.4점, 그리고 사회적 만족이 92.5점으로 사회적 만족에 대한 점수가 가장 높은 것으로 나타났고, 준정부기관은 전반적 만족이 86.4점, 요소만족 86.6점, 사회적 만족이 87.7점으로 역시 사회적 만족에 대한 점수가 높은 것으로 나타났다(김지숙, 2011).

1) PCSI모델은 공공부문 고객만족도를 측정하는 대표적 현장 실천형 모델로 정착된 것으로 한국의 공공기관 특성을 반영한 독자적 평가모델이다. 공공기관 고객만족도의 체계적 측정이 가능하다는 평가를 받고 있으며 공공기관의 고객만족활동에 대한 고객의 긍정정도, 기관의 고객만족 활동에 대한 고객의 현재 만족수준, 그리고 고객만족 활동에 따른 기관의 성과를 측정하도록 구성되었다(KMAC홈페이지).

이러한 결과는 공공기관의 경제적 책임에 비해 사회적 책임에 대한 만족도가 낮은 것으로 나타났던 2006년 조사결과는 2009년 조사에서는 상당한 개선이 이루어진 것을 알 수 있다. 물론 이 같은 결과에 대해서는 평가방식이 달라짐에 따라 동일한 평가를 하기에는 한계가 있을 수 있으나, 그간 공공기관의 사회적 책임의 정도에 있어서는 상당한 진전이 있었다고 할 수 있을 것이다.

2) 공공기관의 사회공헌활동 내용

설문조사의 결과 우리나라 공공기관의 사회적 책임 수준이 상당히 개선되었음을 알 수 있다. 그렇다면 실제 공공기관들이 어떤 사회적 책임 활동을 하고 있는지에 대하여 살펴볼 필요가 있을 것이다. 실제 활동에 대한 상황은 2010년 한국보건사회연구원에서 조사한 결과를 바탕으로 정리하여 보면 다음과 같다.

<표 7> 공공기관의 사회공헌활동 예시

기관	행사명칭	내용
강원랜드	지역개발사회공헌	교육장학사업, 문화예술, 환경개선, 복지재단 사업
한국농어촌공사	농어촌 집 고쳐주기	농어촌지역 소외계층 노후주택 개보수
한국철도공사	매칭그랜트지원	사회적약자 테마기차여행지원, 노숙인지원 등
한국마사회	이익금사회환원	장학사업, 복지사업, 농축산물소비촉진사업
한국석유공사	청소년장학금 및 자매결연복지기관 지원	복지기관, 소년소녀가장, 불우이웃 정기지원
인천공항공사	숲조성사업, 지역사회소외계층지원 및 복지관건립	공항신도시 숲과 경관조성, 복지관건립, 사회소외계층에 대한 지원 봉사활동, 공익성격의 문화, 예술활동 지원
한국토지주택공사	친환경놀이터 및 지역아동센터 리모델링, 임대단지 방학중 급식	아동관련 노후시설에 대한 리모델링, 임대단지 내 저소득층 어린이 대상 동하계 방학중 급식지원
한국도로공사	해위심장병 어린이 치료사업, 고속도로 장학재단	해위심장병 어린이 대상 무상치료, 고속도로 교통사고 유자녀 대상 장학금지원, 교통사고 취약계층 간병서비스
한국수자원공사	K-water 효나눔센터, 가사간병도우미서비스, 희망의물지원, 맑은물 장학사업	댐주변지역 노인 및 장애우 대상 물리치료, 무료급식, 노인보호, 가사간병서비스, 전국초중등학교 정수시설 무료설치 및 관리, 댐주변학생 장학금지원
한국전력공사	희망, 사랑나눔 콘서트, 동아무용 페스티벌 지원	문화소외지역 대상 찾아가는 음악회제공, 취약계층초청 공연관람기회제공, 우수신인 무용수 발굴 및 지원
한국수력원자력	매칭그랜트 사회봉사활동 및 지역 지원사업	취약계층 경제적 지원 및 주거환경개선, 다문화 가정지원, 지역복지시설건립, 장학사업

자료 : 한국보건사회연구원(2010).

3) 공공기관의 지속가능경영 현황

지속가능경영 보고서를 발간하는 국내 기업 및 단체는 2010년 현재 약 100여개 기관이 있다. 민간기업 중에서 삼성SDI, 현대자동차 등이 2003년도에 최초로 지속가능보고서를 발간하였으며, 공공기관 중 한국전력공사와 한국수자원공사 등이 2005년도에 보고서를 발간하기 시작하여 2010년 현재 39개 공공기관이 지속가능경영 보고서를 발간하여 발간보고서 누적 개수는 70개이다(한국조세연구원, 2010).

<표 8> 연도별 지속가능보고서 발간 현황

(단위: 개)

구분		'03	'04	'05	'06	'07	'08	'09	'10	합계
기업	발간보고서 수	4	7	15	25	44	52	38	10	195
	신규발간 수	4	4	9	14	26	17	28	2	104
공공 기관	발간보고서 수			3	5	14	20	17	11	70
	신규발간 수			3	3	11	9	13	4	43

자료 : 최신 지속가능보고서 발간현황(2010. 3, 대한상공회의소 지속가능경영원)과 자체 조사를 취합하여 재구성.

공공기관의 경우 2005년 이후 보고서를 1회 이상 발간한 기관은 2010년 현재 총 43개로 그 중 공기업은 17개, 준정부기관은 13개, 기타공공기관은 12개 기관이다. 공기업의 발간활동이 가장 활발하며 보고서 미발간 기관은 부산항만공사, 대한석탄공사, 대한주택보증으로 3개 기관으로 그치고 있다(한국조세연구원, 2010).

2005년도에 한국전력공사, 수자원공사, 한국토지공사가 최초로 보고서를 발간 이후 2006년도에 3개 발전 자회사(한국중부발전, 한국남동발전, 한전 KPS)가 보고서 발간에 합류하였으며 2007년에는 11개, 2008년 9개, 2009년 13개로 그 수가 점차 증가하고 있다. 2007년에 신규 발간이 대폭적으로 증가한 것은 당시 정부의 지속가능경영에 대한 높은 관심에 기인하였다고 할 수 있으며 이후 다른 기관들도 이에 영향을 받아 보고서 발간에 합류하고 있는 상황이다.

이러한 공공기관들의 지속가능경영보고서의 발간은 지속가능경영이 사회적 책임 활동을 함축하고 있고 대내외적인 천명을 통하여 공공기관의 발전가치를 공유할 수 있다는 점에서 그 의미가 크다고 할 수 있다. 또한 보고서의 내용을 통하여 공공기관의 사회적 책임 활동의 영역과 발전 방향을 가늠할 수 있다는 점에서 시사하는 바가 크다고 할 수 있다.

4) 공공기관의 사회공헌활동에 대한 시사점

공공기관 고객만족도 조사결과를 보면 2006년도에 비해 2009년에 사회적 책임에 대한 만족도가 개선되었다는 것을 확인할 수 있었지만, 실태조사에 나타난 공공기관의 사회적 책임 활동은 다소 미흡하다고 판단할 수 있을 것이다. 사회공헌활동을 비교적 적극적으로 실시하고 있는 기관들을 대상으로 조사한 결과에도 불구하고 세부적인 프로그램이 상당히 제한적이라는 점은 시사하는 바가 크다고 할 수 있다. 대부분의 프로그램이 비용지출 중심으로 이루어지고 있으며 기관별로 상당한 예산을 투입하여 공헌활동을 펼치고 있지만 이들 대부분이 지원대상의 자생력을 높이는 방향이라기보다 단순한 비용지출적인 방향을 치중하고 있다고 할 수 있다.

따라서 이러한 지출적 사회적 책임의 한계를 벗어나 적극적인 사회적 책임을 다하는 프로그램들이 개발되고 이에 따라 실질적인 책임을 다하는 공공기관으로 거듭나야 하는 과제를 안고 있다고 볼 수 있다. 이 같은 사회적 책임 활동은 NGO를 파트너로 하는 공익연계 마케팅(CRM: Cause-Related Marketing)은 대안적 해결방안을 될 수 있을 것이다.

향후 이러한 공공기관의 사회적 책임 활동은 소비자들에게 해당 기관이 믿을 만한 기관이라는 단서를 제공하는 한편, 나아가 해당 기업의 제품이나 서비스에 대한 품질을 예상하게 하거나 제품과 서비스에 대한 태도와 감정적 평가에 영향을 미치는 중요한 요소로 자리 잡을 수 있을 것이다.

IV. 공공부문의 사회적 책임성 강화 방향

1. 정부의 정책적 의지 및 역할 강화

지속가능경영 및 사회적 책임 활동을 위하여 민간기업 그리고 사회와의 관계뿐만 아니라 공공기관과의 사회와의 관계에서 정부의 역할은 매우 중요하다고 할 수 있다. 정부의 사회적 책임과 정책은 공공기관의 지속가능경영보고서 발간이나 경영평가에 반영될 수 있으며 공공기관의 공공성을 강화시키려는 정부의 공공기관 관리정책을 성명하는데 유용한 틀로 사용될 수 있을 것이다.

다만 공공기관의 설립목적이나 기업성을 강조하는 공공기관의 경우에는 공공기관의 관리정책이나 정책의 효과의 창출에 있어 정부기관이 제시하는 정책적 목표와 구조, 이해관계자를 고려해야 할 것이다. 하지만 공공기관의 설립이 공공성에 기반하고 있다는 점은 부인하지 못할 것이기 때문에 기업성이 강조되는 공공기관이라고 하더라도 사회적 책임 활동은 점차적으로 확대되어야 할 것이다.

<표 9> 정부의 사회적 책임과 관련한 정책의 기본구조

주 제	적 용
정부의 사회적 책임 정책	비전, 목표, 전략, 우선순위
내부 정부 사회적 책임구조	책임자의 지위, 조직구조, 중앙집권적, 분권적
다른 정부기관 차원	세밀한 정책집행, 분권정부, 지방정부
사회적 책임 정책 범위	국내용, 국제용
다른 조직적 차원의 역할	정부기관, 중간조직, 이해관계자, 내부조직

자료 : Albareda(2008).

또한 정부는 지속가능한 경영이나 사회적 책임에 대한 인식의 부족이나 주무부처의 사회적 책임, 지속가능경영의 필요성, 국제적 추세 등에 민감하지 않은 점은 정부의 정책적 의지 반영이나 역할확대를 통하여 개선되어야 할 점이다. 현행 사회적 책임을 강조하는 정부의 의지반영은 경영평가부문이나 고객 만족도 조사 평가 정도에만 국한되는 경우가 많았기 때문에 이러한 점을 종합적으로 고려하여 사회적 책임을 다하는 공공기관으로서 지속가능한 경영 모델을 제시할 필요가 있을 것이다.

실제 규모가 작은 공공기관의 경우 지속가능경영 보고서 발간은 지속가능한 경영을 통해 이해관계자와 커뮤니케이션을 목적으로 발간하였다기 보다는 주무부처 정책의 수동적인 수용이거나 경영평가에서 좋은 평가를 받기 위한 목적이었다는 것을 부인하기 어렵다. 또한 보고서 발간을 하지 않은 공공기관의 경우 지속가능성에 대한 이해부족이나 실무진의 지속가능경영의 역량 결여에 기인한 경우가 많다고 볼 수 있어, 최소한 정부가 준정부기관이나 기타 공공기관의 지속가능경영 보고모델이나 방안, 기준을 제시해주는 것이 필요할 것이다.

2. 경영평가의 지속가능경영 지표와 활동 반영 비율 향상

현재의 경영평가는 공공기관의 재무적 효율성을 평가하는데 중요한 목적이 있다고 볼 수 있다. 오건호(2010)은 기존의 경영평가가 민간의 기업 재무적 효율성과 수익적 성과만을 평가하는 모델을 적용하고 있다고 지적하고 있다. 이는 공공기관의 고유목적인 필수서비스의 보편적 접근성, 공공기관의 사회경제적 부가가치 체계, 사회적 책임의 역할평가가 미흡하다는 점을 지적하고 있다고 볼 수 있다. 따라서 공공기관의 경영평가에는 반드시 지속가능경영 및 사회적 책임 역할에 관한 부분이 중요하게 반영되어야 할 것이다. 이는 공공기관과 관련된 대리인 이론에서 나타나는 도덕적 해이나 부패, 정보의 불

평등과 관련된 부분을 제어하는 중요한 역할을 할 수 있을 것이다.

물론 현재의 경영평가가 지속가능경영과 사회적 책임과 관련된 지표의 반영이 전혀 안되고 있다는 것은 아니지만 선진국의 공공기관에 대한 경영결과에 대한 평가와 비교하여 여전히 미흡하다는 점을 지적하는 것이라고 할 수 있다.

이런 의미에서 북유럽 공공기관의 경우 공기업은 기본적으로 경영공시 또는 연례보고서를 통하여 투명성을 확보하고 지속가능경영 모델 또는 사회적 책임 활동 보고서를 통해서 이해관계자의 접근이나 경제적, 사회적, 환경적 책임의 성과를 확보한다는 점에서 우리나라 공공기관의 관리정책과 비교하여 시사하는 바가 있다고 할 수 있다.

이러한 상황에서 우리나라의 공공기관의 사회적 책임활동 활성화를 위해 현재의 경영 지표에 공공성, 공익성 지표인 지속가능경영 지표 중에서 사회성, 환경성 지표를 점차적으로 수용확대하는 방법을 고려할 수 있을 것이며 국제적인 기준에 부합하는 사회성, 환경성 지표를 포함한 지속가능경영보고서를 경영평가에서 인정해 주는 방안도 고려될 수 있을 것이다.

그러나 국제적 기준의 지속가능보고서는 ISO 26000에 부합할 수 있도록 정부의 제도적 가이드라인을 제시하는 노력이 필요할 것이며 공공기관의 규모나 여건에 따라 차등적인 방안을 마련하는 것도 대안이 될 수 있을 것이다.

3. 공공기관의 사회적 책임 활동의 내실화

최근의 공공기관은 많은 변화를 맞이하고 있는 시점이라고 할 수 있다. 민영화와 유사기관의 통합 등 새로운 시대의 관점에 따라 최초의 설립 목적의 달성 및 변화에 따른 상황변화에 직면하고 있다고 할 수 있다. 하지만 공공기관의 설립의 목적은 공공성에 기반하고 있다는 점을 간과할 수 없으며 정책적 목표를 수행하는 것뿐 아니라 사회적 정당성을 확보할 수 있는 전략적 경영 및 사회적 책임 활동을 수행해야 하는 상황이라고 할 수 있다.

최근의 국제 표준인 ISO 26000의 국제적 표준이 아니더라도 현재 우리의 공공기관의 사회적 책임 활동의 내실화는 필수불가결한 상황이라고 할 수 있다. 본 연구에서 살펴본 공공기관의 사회적 책임 활동의 많은 부분이 예산의 소비와 관련되어 있다는 점은 이 같은 상황을 더욱 확실화할 수 있는 것이라고 할 수 있다.

공공기관의 사회적 책임활동의 내실화는 공공기관의 재무적, 비재무적 성과로 연계될 수 있으며 공공기관의 이미지나 브랜드가 제고될 수 있도록 경영을 하는 것은 국민의 대리인으로서 공공기관 경영자의 기본적 책무가 될 수 있다.



자료 : 한국조세연구원(2011).

<그림 3> 한국전략의 사회적 책임 수행관련 보고서 내용 일부

공공기관의 사회적 책임활동 내실화는 윤리경영-지속가능경영의 시스템 확립으로부터 시작될 수 있으며 경영평가를 통하여 내재화할 수 있는 조건이 마련될 수 있다. 또한 세부 프로그램의 발굴과 시행은 우수프로그램의 포상제도 등의 실시로 구체화할 수 있을 것이다.

또한 공공기관 소재지의 시민단체, 주민 등의 이견수렴을 통해 체감성이 높은 실행 프로그램을 발굴하려는 지속적인 노력이 함께 해야 할 것이다.

4. 공공기관의 사회적 기업 활동지원

최근 취약계층의 일자리 창출 및 소득증대를 위한 사회적 기업의 육성이 정부적 차원에서 장려되고 있다. 이러한 상황에 맞추어 민간기업은 다양한 방법으로 사회적 기업에

대한 지원을 시행하고 있다. 2009년 3월 고용노동부와 43개 기업과 단체가 사회적 기업 지원협약을 체결하고 고용노동부로부터 인증을 받은 사회적 기업들을 지원하기로 한 경우가 대표적인 사례로 꼽을 수 있을 것이다. 이 협약에서 기업과 단체들은 사회적 기업 직접설립 또는 설립자금 지원(포스코, 하이원, SK에너지, 현대차 등), 운영자금지원(서울문화재단, CJ주식회사, 외환은행 등), 제품 및 서비스 우선구매와 판로개척(STX팬오션, 롯데백화점 등), 결연과 경영노하우 전수(판도라TV, 삼덕회계법인 등), 프로보노 활동(SK텔레콤, 노무사회, 회계사회, 세무사회, 법무법인 지평지성, 대구은행 등) 등의 방식으로 사회적 기업을 지원하고 있다.

이러한 사회적 기업에 대한 민간의 지원활동은 공공기관에 있어서도 직접적 적용이 가능할 것이다. 물론 공공기관의 성격이나 규모에 따라 지원방식 등의 차이는 발생할 수 있지만 민간영역의 활동이 공공기관에 시사하는 바는 크다고 할 수 있다.

현재 많은 공공기관은 민간기업 못지 않은 경영 노하우를 보유하고 있으며 기관의 고유사업 또는 주변사업에서 사회적 기업이 생산하는 재화와 서비스를 소비할 수 있는 여력을 가지고 있다고 하겠다. 따라서 공공기관이 사회적 기업과 다양한 형태의 연계관계를 형성한다면 사회적 기업은 경영노하우를 전수받을 수 있고 판로 또한 개척할 수 있는 계기를 가지게 될 것이다. 뿐만 아니라 공공기관의 설립 목적에 부합하는 사회적 책임을 다하는 기회가 되며 사회적인 신뢰를 획득할 수 있는 기회이기도 하다.

이러한 공공기관의 사회적 기업에 대한 지원은 단순한 물품구매에서 벗어나 경영지도, 지역자원 연계 등과 같은 역할을 지속적으로 수행해야 할 것이며 이는 주민 및 NGO와 파트너십 형성, 그리고 사회적 기업의 실질적 육성이라는 정부의 공공목표의 달성 기여로 하는 공익연계마케팅으로 발전할 수 있을 것이다.

5. 공공기관의 사회적 책임 활동의 검증 강화

공공기관의 사회적 책임 활동에 대한 실질적인 신뢰는 실제로 사회적 책임 활동이 적절하게 이루어지고 있으며 지속가능한 체계를 갖추고 있는가와 직결될 수 있다. 이는 공공기관과의 이해관계에 있는 이해관계자와의 커뮤니케이션 수단인 보고서의 신뢰성을 얻는 것이 중요한 과제라고 할 수 있다. ISO 26000의 국제적 기준이나 정부정책상의 사회적 책임 항목지표는 이러한 관점에서 제3자의 검증이 필수적이라고 할 수 있다.

우리나라에서 지속가능보고서를 발간하는 민간기업이나 공공기관 중에서 일부 기관은 제3자 검증을 생략하는 경우도 있으며 제3자 검증을 거친다고 하더라도 일부 이해관계가 있을 수 있는 명망성 있는 특정 단체나 학자가 검증을 하거나 컨설팅을 하는 형식을 취하는 것은 사회적 책임활동의 중요한 부분인 신뢰 획득에 있어 부정적인 영향을

미칠 수 밖에 없다.

따라서 경영의 성과 부담이 있는 사회적, 환경적 성과의 결과를 제3자에게 검증을 받는 단기적 리스크 부담에서 벗어나 공공기관의 지속성 관점에서 이를 수행하는 것이 적절할 것이다.

물론 제3자의 검증에 있어서 제3자가 누구이며 어떠한 과정을 거치는 것에 대해서는 본 연구에서의 한계점이 될 수 있을 것이다. 하지만 제3자의 검증의 방향은 공공성과 합리성을 기반한 전문가집단 및 시민사회에서 일차적인 진행이 가능할 것이다.

V. 결 론

공공기관의 사회적 책임은 공공성에 기반한 설립목적에 더욱 부합할 수 있고 최근의 상생 및 협력이 강조되고 있는 환경 속에서 매우 중요한 논의 및 연구의 대상이 될 것이다. 하지만 현재까지의 공공기관의 사회적 책임과 관련된 연구는 그 중요성에 비해 매우 미흡한 실정이라고 할 수 있다.

본 연구에서는 이러한 공공기관의 사회적 책임과 관련된 이론적 측면과 유럽 및 미국의 사회적 책임과 관련된 접근 방식, 그리고 우리나라의 사회적 책임과 관련된 접근 방식을 살펴 봄으로써 우리나라 공공기관의 사회적 책임성을 향상 시키고 지속가능한 발전을 도모하는데 필요한 방안을 도출하고자 하였다.

공공기관의 사회적 책임을 향상시키기 위한 방안으로서 첫째, 정부의 정책적 의지 및 역할을 강화해야 함으로 지적하였고, 둘째, 공기업 등의 평가에서 지속가능경영 지표와 활동 반영 비율을 향상 시켜 실질적인 사회적 책임 활동이 지속될 수 있도록 하는 방안을 제시하였으며, 셋째, 현재 사회적 책임 활동을 내실화해야 함을 지적하였고, 넷째, 공공기관의 사회적 기업 활동을 지원함으로써 상생협력하는 방안을 제시하였으며, 마지막으로 공공기관의 사회적 책임 활동의 검증을 강화하는 방안을 제시하여 실제적인 사회적 책임 활동을 증진하는 방안을 제시하였다.

그러나 본 연구는 공공기관의 성격이나 또한 설립 특징별로 다양한 특성을 감안하였다기 보다는 공공기관의 일반적 특성에 기인한 사회적 책임과 관련된 방안제시라는 한계점을 가질 수 있을 것이다. 또한 이론적 및 실증적인 연구가 미흡한 상태에서 진행된 연구이기 때문에 가질 수 있는 한계점을 가지고 있다. 따라서 공공기관의 사회적 책임 및 지속가능한 경영과 관련된 연구는 공공기관의 특성에 부합할 수 있도록 지속적으로 연구되어야 할 것이다.

<참고문헌>

- 강병준. (2011). 거버넌스 구축을 통한 사회적 기업 활성화 요인에 관한 실증적 연구, 서울시립대학교 박사학위논문.
- 고동수. (2005). 기업의 사회적 책임: 국제논의 동향 및 우리의 대응방안. 산업연구원.
- 권순식·김영두. (2007). 기업의 사회적 책임과 노동조합의 대응. 한국노총 중앙연구원.
- 기획재정부. (2006). 보도자료. 2006.12.21.
- 김운태. (2011). 공공 담론과 기업의 사회적 책임. 「한국이론사회학회 사회와 이론」.
- 김지숙. (2011). 공공기관의 사회적기업 지원을 통한 사회적책임 제고방안. 「한국보건사회연구원 보건복지포럼」, 171.
- 노광표·이명규. (2007). 노동운동의 미래의제: 기업의 사회적 책임. 한국노동사회연구소.
- 박종철·이상엽·이철한. (2011). 기업의 사회적 책임활동이 기업이미지에 미치는 영향. 「광고학연구」, 22(4): 179-201.
- 산업연구원. (2005). 지속가능경영 논의방향과 대응방안.
- 윤태범. (2011). 공공기관의 사회적 책임성과 ISO 26000. 「서울행정학회 학술대회발표논문집」.
- 이장원·이민동·강영희 등. (2006). 기업의 사회적 책임 확산과 노사관계에 대한 합의, 한국노동연구원.
- 전경련. (2009). 2009 사회공헌백서.
- 전경련. (2009). 윤리경영현황 및 CSR추진실태 조사결과.
- 최숙희. (2004). 윈윈전략으로서의 사회공헌활동 현황과 시사점. 삼성경제연구소.
- 투명사회협약실천협의회. (2007). 시민사회와 기업의 협력과 소통방안 토론 자료집.
- 하동석. (2010). 이해하기 쉽게 쓴 행정학 용어사전. 새정보미디어.
- 한국보건사회연구원. (2010). 공공기관의 사회적 기업 연계방안 연구.
- 한국조세연구원. (2010). 공공기관 지속가능경영의 성과와 한계.
- 한국조세연구원. (2011). 공공기관 사회적 책임 세미나 자료집.
- Albareda Laura et al. (2008). *The Change role of governments in corporate social responsibility: drives and responses. Business Ethics. A European Review*, 17.
- Brammer and Pavelin. (2005). *Corporate Community Contributions in the United Kingdom and the United States. Journal of business ethics*, 56(1).
- Carroll. A. B. And K. Shabana. (2010). *The Business Case for Corporate Social Responsibility : A Review of Concepts, Research and Practice. International Journal Management Review*.

Commission on European Communities. (2001). Green Paper. Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility, Brussels.

ISO. (2010). Best CSR Practices in Public Services.

Massic, Robert Kinloch. (1997). Loosling the Bonds: The United states and South Africa in the Apartheid Year. Doubleday.

접수일(2011년 9월 21일)

수정일자(2011년 10월 16일)

게재확정일(2011년 10월 28일)